

BAB VI

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable Harga, *Merchandise*, dan Suasana Toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya Mart Bangkinang.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya Mart Bangkinang.
2. *Merchandise* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya Mart Bangkinang.
3. Suasana Toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya Mart Bangkinang..

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Malaya Mart Bangkinang. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, Upaya yang dilakukan oleh Malaya Mart Bangkinang yaitu dalam menetapkan harga harus sesuaikan dengan persepsi konsumen atas pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat dari suatu produk serta kemampuan dalam membeli, sehingga nantinya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat mendorong konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian

2. *Merchandise* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, Upaya yang dilakukan oleh Malaya Mart Bangkinang yaitu dapat terus memenuhi berbagai produk yang dibutuhkan konsumen. Variasi kualitas produk perlu diterapkan sebagai suatu strategi pemasaran dengan tidak lupa memperhatikan *quality control* agar produk yang berkualitas tidak mengecewakan konsumen.
3. Suasana Toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, Upaya yang dilakukan oleh Malaya Mart Bangkinang yaitu dapat lebih memperhatikan pengelolaan pada penataan barang dan jarak antara rak agar tidak penuh dan sesak sehingga pengunjung lebih leluasa, dan aroma terapi ruangan berupa dupa disesuaikan dengan ukuran ruangan dan kepadatan pengunjung agar aroma tidak terlalu mengganggu namun juga dapat dijadikan sebagai ciri khas toko.